

**ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP BUAH PISANG DI
PASAR TRADISIONAL LUBUK BUAYA KOTA PADANG**

SKRIPSI

OLEH:

FENI OKTA NALUSI

1610221020

PEMBIMBING I : Dr. Ir. HERY BACHRIZAL TANJUNG, M.Si.

PEMBIMBING II: Dr. ZULVERA, S.P., M.Si.



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG**

2021

ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP BUAH PISANG DI PASAR TRADISIONAL LUBUK BUAYA KOTA PADANG

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk (1) menganalisis proses pengambilan keputusan konsumen terhadap buah pisang di Pasar Tradisional Lubuk Buaya Kota Padang dan (2) untuk mengetahui sikap konsumen buah Pisang Mamban Darek dan Pisang Emas dari indikator pengukuran nilai sikap konsumen terhadap atribut-atribut buah pisang. Metode yang digunakan adalah metode survey dengan teknik pengambilan sampel yaitu *non probability sampling* yaitu dengan teknik *purposive sampling*. Data analisis menggunakan analisis kualitatif dilakukan secara deskriptif, analisis kuantitatif dilakukan dengan menggunakan analisis Fishbein. Hasil pada tahapan proses pengambilan keputusan pembelian buah pisang di Pasar Tradisional Lubuk Buaya Kota Padang melakukan kelima tahapan dengan hasil : (a) Pengenalan kebutuhan, Pada umumnya responden mengkonsumsi buah pisang untuk menjaga kesehatan, tingkat kepentingan mengkonsumsi buah pisang dianggap penting, dan motivasi dalam mengkonsumsi buah pisang sebagai sumber vitamin. (b) Tahapan pencarian informasi, pada umumnya sumber informasi diperoleh dari sumber pribadi yaitu keluarga, sumber informasi yang paling mempengaruhi dalam pembelian buah pisang berasal dari diri sendiri. (c) Evaluasi alternatif, diperoleh hasil pada umumnya pertimbangan responden dalam pembelian buah pisang dilihat dari penampilan buah pisang yaitu dari segi ukuran, kesegaran, warna, dan kematangan. (d) Proses pembelian diperoleh hasil pada umumnya buah pisang yang sering dibeli adalah pisang mamban darek, cara responden memutuskan pembelian buah pisang secara terencana, dan frekuensi pembelian sebanyak 1-2 kali/bulan. (e) Pada perilaku pasca pembelian diperoleh hasil, jika buah pisang mengalami kenaikan harga atau tidak tersedia konsumen memilih untuk membeli di tempat lain dan konsumen merasa biasa saja untuk merekomendasikan buah pisang terhadap konsumen lain. Pada tujuan kedua dengan menggunakan metode multiatribut Fishbein, menunjukkan sikap konsumen terhadap atribut buah pisang Mamban Darek dan pisang Emas, responden lebih menyukai atribut pisang Mamban Darek dibandingkan pisang Emas. Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis dapat memberikan saran kepada pedagang maupun pelaku usaha buah pisang lebih memperhatikan kualitas dari buah pisang yang ditawarkan agar buah pisang lebih diminati.

Kata Kunci: *Buah Pisang, Keputusan Pembelian, Sikap Konsumen*

ANALYSIS OF CONSUMERS ATTITUDES TOWARDS BANANA FRUIT IN LUBUK BUAYA TRADITIONAL MARKET, PADANG CITY

ABSTRACT

This study aims to (1) analyze the consumer decision-making process towards bananas in the Lubuk Buaya Traditional Market, Padang City and (2) to determine the attitudes of consumers of Mamban Darek and Golden Banana fruit from the indicators of consumers' attitudes towards banana attributes. The method used is a survey method with a sampling technique, namely purposive sampling. The Data were analyzed by descriptive qualitative analysis, analysis and quantitative analysis using Fishbein analysis. The results show that the decision-making process for purchasing bananas carried out through five stages namely: (a) Recognition of needs: respondents consume bananas to maintain health, the level of importance of consuming bananas is considered necessary, and motivation to consume bananas as a source of vitamins. (b) The stages of information search: generally information obtained from personal sources, namely family, the source of information that most influences the purchase of bananas come from consumers themselves. (c) Evaluation of alternatives: respondents' considerations in purchasing bananas are from the appearance of bananas, such as size, freshness, color, and ripeness. (d) the purchasing process results: generally the bananas often purchased by consumers are the mamban darek bananas, the way the respondents decide to buy bananas in a planned way, and the frequency of purchases is 1-2 times / month. (e) the post-purchase behavior: if the price of bananas has increased or when the bananas to be purchased are not available the consumers tend to purchase in other places. In addition, the intention to recommend it to other consumers is normal. The Fishbein multi-attribute analysis shows that consumers preferred the Mamban Darek banana attribute to the Golden banana. to the study suggests that traders and people in business of banana should maintain the quality of bananas offered so that bananas are more desirable.

Keywords: *Banana Fruit, Purchase Decision, Consumers' Attitude.*